

新與舊的融合

傳統圖書出版產業與 電子出版文化事業的接軌

林新倫 ◎ 資深文化工作者

資訊科技與網路的一日千里已逐漸解構圖書這個「舊傳媒」，在讀者心目中對圖書的意義與認同也產生了變化，相對的閱讀行為也異於往昔，而閱讀的價值性也逐漸被顛覆，所以電子出版的問世，掀起傳統圖書出版的革命風暴。而傳統出版業自行研發的電子出版，局限於資金不足與技術不成熟等問題；資訊業空有技術與資金而缺乏內容；而電信業者只是系統擁有者，三方想要各自成就電子出版時往往鎩羽而歸，所以要發展、應用與流通電子出版，勢必要整合多方業者，才能看見電子出版未來的曙光。至於傳統出版與電子出版要如何具體的接軌，其實是一件千頭萬緒的工程，因此筆者略盡資訊人的力量與本分，提出傳統出版與電子出版可能接軌的議題，供給相關業界參考。

環伺圖書出版的流程，從「創作→編輯→印務→流通→消費」是圖書出版簡易價值鏈的結構。作者認為傳統圖書出版必須重構與整合「創作端與生產端」工作的價值鏈，以及邁向全方位電子出版經營與管理，才有機會與電子出版接軌。

一、創作端：選評與授權

圖書出版在創作端主體工作是，對文本的「選擇與評鑑」和取得「授權」。而創作端的工作重點，除了選擇題材時，必須專心評鑑文本的正確性、新穎性、客觀性，以及著、譯者的權威性為標準外，更須重視和創作人（權利人）的權利、義務關係。電子出版強調的是「內容」，基於內容是王（Content is king）的理念，當你能夠掌握優質與價值的文本需求時，無形中已經為文本電子化進行加值的準備。

重視與權利人溝通所謂的延伸權利。延伸權包括，「翻譯權」、「電子出版權」、「媒體版權或改編權」、「商品化權利」……等，延伸權利是屬於權利人的所有權，而出版人希望爭取到獨家代為經營、管理與談判此項附屬權利，無非是對初始文本集創新、創意與出版之後，藉由取得文本資訊加值的代管權，以期待日後加值成為電子化版本或是其它型式的產品，能為當下積弱不振的傳統圖書出版業，注入新的活力，進而提昇自身出版未來的競爭力與擴展新出版版圖的優勢，為出版人與權利人獲取可觀的商業利潤。所以身為傳統出版者而能特別關注



「選評與授權」這二項議題時，無形中已經與電子出版做了第一步的接軌。

二、生產端（編輯與印務）：電腦輔助出版

拜電子資訊科技之賜，編務生產的製程已逐漸跳脫傳統純手工的作業方式，反而因為融入更多資訊科技的軟硬體設備，進而提升編輯的生產效能，更著墨於編務的多樣化與活潑化，由於出版人對文本製程的用心與努力，最終呈現一場宛如成功服裝秀之派對。下文的印刷簡史能透視出近代編、印的演化。

早期印前作業是編輯將手工完成的書稿，交由協力廠的印務公司，用傳統的手工來分色→修色→拼版→做出四色片→打樣，再經過曬版→沖版→掛版，最後進入印刷流程→成書；然後進入電子化印前作業流程，而電子化印前系統省卻了傳統的完稿、分色、修色、拼版的流程，而直接輸出四色片，接著完成打樣→曬版→沖版→掛版→印刷→成書。進入 CTP 製程，則是將完稿的文本電子化後→CTP（電腦打樣）→CTP（電腦直接製版）→直接至印刷機印刷→成書。而隨選圖書（BOD）流程，是將電子化印前作業+E-PRINT（電子印刷機）→成書。何謂電腦直接製版（Computer to Plane，簡稱 CTP）？是指將完稿的文本電子化，不經手工方式直接傳送到電腦製版機，透過大型電子印表機，即可輸出在以鋁質為材料的印刷版上（柯式印刷版），印刷版能夠直接印刷成圖書，即所謂的「電腦直接製版」；電腦打樣（Computer to Proof，簡稱 CTP），是指以電腦直接製版，由 RIP（Raster Image Processor）後檔案直接透過「噴墨繪圖機」輸出的打樣校對。電腦打樣能夠提供快速且真實的色彩打樣，且能夠印刷少量的印刷物。CTP 的電腦技術，徹底顛覆印刷業的流程，大幅節省在印刷流程上花費的時間及成本，提供速度、畫質、高度自動化與低製作成本，將傳統需二天的製版時間縮短至幾個小時內完成。

DPT、CAP與CTP三者是傳統出版與製版公司技術的升級，所以桌上出版（DPT）與電腦直接製版（CTP）等電腦輔助出版的電腦化技術，是出版業與印刷業者，用電腦化方式提昇生產端效率的一種工具與技術，當出版的文本能夠以電子化檔案格式存取時，與印刷作業能夠注入成熟的電腦化作業時，即是傳統出版導入電子出版的另一類接軌型式。再依照臺灣出版生產流程之結構來看（創作→編輯→印務），當出版業者能夠有足夠資金添購CTP設備與操作的技術人才之時，透過製版的電腦化後，即能將製版的工作流程納入編輯端；當製版業者擁有電腦直接製版（CTP）的資金與技術時，且懂得經營與管理出版的「創作端與編輯端」時，製版業者也能直接經營出版的工作，所以出版業者與CTP業者雙方各自向下與向上延展現有的經營範圍時，雙方藉製程與儲存的電腦化，當有朝一日能與資訊業結盟時，也是傳統出版朝電子化出版的一種新契機。

三、傳統圖書出版與電子出版接軌的關鍵性問題

傳統出版業為發展與建構各種型式的電子出版，務必於「創作端」取得權利人電子化出版的延伸權，此乃基於內容是王、核心與靈魂概念，也是電子化環境中特別重視的「需求面」（內容）課題。於「生產端」也務必正確使用電腦輔助技術，將文本轉換成電子化型式，這是

電子化環境關注的「供應面」（技術）議題，如此，當出版環境已趨成熟於電子出版時，各業主方能立即投入電子出版的市場。再觀看電子出版問世以來，隨著科技變化，電子版本也不斷在演化，但縱然十年來電子出版品持續演化，仍無法具體應用於主流市場，甚至有些產品來不及進入市場，即已鎩羽而歸，其間面臨諸多待克服的問題。在臺灣，由於整體經濟規模小與業者各自擁有核心專長等因素，所以電子文化出版事業不能只靠單打獨鬥，必須集結出版業、資訊業與電信業三方整合，才能成就一番電子出版版圖的大業，否則傳統出版業者緊抓著「內容是王」的神主牌，認為「需求面」的內容才是電子化、數位化的關鍵。不過根據行政院新聞局《民國 92 年圖書出版產業調查研究報告》顯示，2003 年圖書總銷售額以「500 萬元以下」者居多，以及公司員工數以「1—10 人」之規模為主。從數據觀之，傳統書業者最終還是苦於缺少科技人才與缺乏資金障礙，而無法順利與電子出版接軌。而資訊業者至始至終懷抱著「供應面」為其獨門技術，宛如得了所謂的「技術渴望症」般，不知空有新技術而缺少「需求面」的內容，到最後仍是無法投入電子出版的行列。至於電信業者只要建構穩定與健全的頻寬，讓使用者能夠方便下載、列印與儲存即可。三方如何搭配，具體而言，相關業者必須放棄各自主觀思維，以及克服、關注與加強價值觀念的問題，方能在未來更具體地朝電子化出版行去。

（一）、數位（電子）版權管理問題

數位版權管理（Digital Rights Management，簡稱 DRM），根據國際數據資訊中心（Internet Data Center，簡稱 IDC），對數位版權管理的定義為，「結合硬體與軟體的存取機制，將數位內容設定存取權限，並與儲存媒體聯結，使得數位內容在其生命週期內——從產生到消失（諸如，檔案被刪除或全世界都無法開啓使用的狀態下），不管在其使用過程中是否有被複製到別處，仍然可以持續追蹤與管理數位內容之使用狀況。總而言之，在數位內容生命週期內，能提供完善保護數位內容、權利之管理技術」（楊大廣，2002）。對傳統圖書出版業者而言，數位版權管理一直是個令人期待又令人受傷害的「殺手級應用」，由於電子出版存在諸多問題，所以業者都在觀望與等待真正成功的典範出現。而發展電子出版窒礙難行的關鍵之一是電子版權管理與保護議題，所以為使傳統與電子出版能迅速接軌，傳統圖書出版業者在取得原創人電子化延伸權之後，在互利互惠前提下，應立即為權利人爭取與投入電子出版的機會，並為原創人爭取最大的商業福祉，因此當然要特別關注電子出版的版權管理，特別是線上（網路）出版流通時，如何管理、保護、識別、交易與使用版權管理的整合性平臺，使數位內容在適當的著作權管理機制下進行交易並保障著作權，進而活絡數位內容市場與建立健全之數位內容流通機制，目的無非是使提供內容的原創人、使產業加值與升級的出版者、殺手級應用的資訊業者，以及擁有嶄新閱讀經驗的消費者，皆能克服心理障礙且在安全無憂的情境中悠遊於電子化的環境。

「城邦集團、永豐餘公司」與「UDN（聯合線上）」，是臺灣出現最具代表的電子版權管理與交易平臺，分述如下：

（1）、城邦集團、永豐餘公司共同建置「數位版權管理與交易平臺」

二者合作的平臺是將利潤 3 分的方式運作，出版社 50%、通路 35%、平臺 15%，城邦以開



發需求面的「內容」為主，結合永豐餘的「HandBox」系統而將內容電子化。該平臺採自行開發的系統，能解決中文字型、中文排版與翻頁的問題，並遵循美國電子書標準規範。二者的合作方式是傳統出版業（內容）與資訊業（技術）的結合。讀者只要加入會員，即可上線選書下載閱讀，爲了怕電子書不斷的複製流傳，該平臺具有數位版權管理軟體的機制，並加入著作權的保密軟體，提供2層加密，讓非法盜用者無法開啓書籍閱讀，付費下載的使用者，將透過線上簽章的方式管理，如果使用者自行傳送或是流傳，可以透過保密機制找到散佈者。

根據城邦數位出版祝本堯經理所言，目前一切都還處於測試階段，內容也僅以城邦出版集團的內容為主，未來會開發集團外的內容提供者，然而祝經理與筆者共同認爲，城邦開發的「內容」，也許已克服並取得創作端主體權利人的延伸權，然而有些文本的圖、表是出版社、作者以轉授權的形式取得一次刊登權或使用權，所以當原始文本要擴充或加值爲電子出版的內容時，非原創人提供的圖與表，將無法完整呈現於電子出版的版本，所以爲因應未來電子出版，提供內容的業者不得不重視「非原創人提供的圖與表」議題；關於營業所得的利潤分享，出版者方面的電子出版版稅是按訂價或售價的 50% 計算，再者如何在公平公正與公開的狀態，使投資三方在開誠佈公情境下取得電子銷售的數據與版稅，若一味地抱持抽象的「誠信」爲合作原則，如此的數位版權管理與交易平臺其成功率爲何，投資三方理應非常清楚；而永豐餘自行開發系統與平臺，是以一般PC爲閱讀器，關於電子出版翻頁的技術，假使只是找尋傳統翻書的快感，而沒有考慮到使用者記憶體大小的問題，其實是否能有翻書、翻頁的樣態已經不是很重要。然而徒嘆可惜的是，二者合作案件隨著政府補助結案而無疾而終，劃下讓人捨不得的休止符！

（2）、UDN（聯合線上）數位版權管理與交易平臺

UDN 於 2005 年 12 月成立數位版權管理與交易平臺，對傳統圖書業者而言是零出資、零風險的電子出版解決方案，目的是共同提昇國內電子出版業。傳統圖書出版業者如欲尋求線上電子出版時，只需提供供應面的內容，而需求面的技術交由聯合知識庫負責，業者完全不需負擔任何費用，銷售利益是共同分享。至於消費者可透過授權下載、列印或儲存電子出版品，而電子出版品的儲存空間是聯合知識庫提供，完全不佔用使用者的電腦空間。UDN 數位內容流通平臺，讓數位閱讀、出版、數位與實體版權交易等，整合到使用者完整的數位生活中。而「聯合線上」也將由數位內容營運者的角色，透過「電子出版品製作、保護、銷售、遞送、宣傳」的完整解決方案，提升爲數位內容整合服務提供者。所以對傳統出版者而言，UDN 數位版權管理即是扮演資訊業者提供技術（需求面）的角色，以及建構電子發行渠道。

根據聯合線上數位閱讀網的企劃書指出，與提供內容的出版業者銷售拆帳比例爲：「按紙本圖書定價『某一百分比』爲版稅」（以 5 折銷售電子版品，提供內容的出版業所得利潤實爲售價 40% 版稅。）針對拆帳比例筆者認爲，傳統圖書出版者在創作端與權利人（創作人）簽署版稅合約時，通常是以「圖書定價」爲版稅計算基值，不論圖書業者終端售價爲何。假使依此邏輯，電子出版平臺，應當也要按電子版本定價且在合理版稅結構下，與內容業者合作，同時不論電子出版平臺終端的售價爲何，支付一定版稅於內容業者。

聯合線上合作的軟體文件影像公司——全景公司，它提供DRM與PKI服務，透過Adobe Policy Server平臺，提供DRM保護機制（包括內容加密、線上驗證及稽核、及時註銷等功能），以有效保障創作者與出版業者的版權。同時利用PKI機制與自然人憑證，以完成線上版權交易的授權作業。公開金鑰（Public key infrastructure，簡稱PKI）電子憑證可視為虛擬的身分證，用以辨識使用者在網路環境中的身分，確保網路資料的正確性。電子憑證通常由憑證機構或使用者的交易對象核發，內容包括使用者姓名、序號、憑證機構名稱、憑證有效期限、用來加密訊息的公開金鑰、以及用以驗證憑證的憑證機構電子簽章等。關於數位版權管理與交易平臺面，在技術與應用方面已逐漸趨於成熟，假使在內容端能加強整合，電子出版將成為未來出版的主流。

（二）、加強智慧財產權觀念

學校教育是教導學生學習專業技能與養成健全人格的處所，所以學校教育也是傳導著作權觀念的絕佳環境，教育單位也一直持配合政府機構如何具體落實著作權的觀念，然而有些學生仍遊走法律邊緣，例如同學分別影印各章節，然後再交換閱讀；或是將資料掃描，再用電子郵件轉寄，此種行為，不僅缺乏法治觀念，更欠缺資訊付費的理念，每個人都應了解資訊使用者必須承擔因自己資訊需求行為而產生的社會成本。

傳統出版業出版各種型式的電子版本後，由於文本已電子化且以電子版本流通，當使用者缺乏智慧財產權觀念而產生盜版行為，因為電子化無遠弗屆的傳遞速度，讓使用者侵權的行為發生，其嚴重性較傳統出版遭侵權高出數倍，如此業者與創作人投入電子出版的資金與心力將血本無歸，最後在無安全感與心理恐懼的因素下，不願大力投資於電子出版。所以電子出版成功與否，具體落實智慧財產權的法治觀念，對電子出版扮演著舉足輕重的關鍵角色。

（三）、灌輸資訊付費理念

產業革命將人類文明由農業社會推進至工業社會，而資訊與通信科技的發展，將人類文明更進一步帶入後工業的資訊社會。經濟和社會學者主張後工業社會的特徵在於資訊成為生產、消費及交易的主要目的物，社會活動因而也集中在資訊的創造、處理和傳播。資訊或知識商品化代表知識經濟時代社會的特質。在後工業社會，資訊是一種智慧財產（葉乃靜，2001）。然而網路的使用者長久以來已慣於從網路免費擷取或存取所需之資訊，今傳統出版者或電子文化事業要朝電子出版的版本前進時，勢必要讓消費者了解，資訊已由免費時代邁向資訊有價時代，資訊加值商品化後必須付費的觀念是對原創人的尊重與保障，所以政府與教育單位如能加強宣導智慧財產觀念，才能落實資訊使用者付費的理念，讓權利人畢生創作存在實質收益的保障，並能繼續為尋求人類幸福與文明而創作與研發，業者方能無懼地投資大量人力、物力與資金於電子出版，才能迎接電子出版的曙光。

（四）、培養全方位出版人才

陳信元教授於2004年所出版的《出版與文學》一書，指出為提高產業人力品質的策略，一為正規教育，一為在職訓練。故學術單位與相關出版公會、協會要透過技術訓練以培訓出版專業人才，環顧現今出版業對專業之研究或理論性分析的人屈指可算，觀察國內出版業的人才培



訓，是以傳統師徒相承為主，無制式的理論與學科做基礎。出版業在臺灣不僅不具有學術地位，從行業別而言更被視為邊際產業，而離所謂「出版學」的學術認定更是遙不可及。欣逢國內第一所「出版事業管理研究所」，於1997年8月在嘉義南華大學成立，以及世新大學原科系名稱為「圖文傳播科技學系」，於民國2004年更名為「圖文傳播暨數位出版學系」，這兩所大學不遺餘力的投入傳統出版與電子出版的人才培訓，尤其是世新大學對電子出版人才的培育更建立一套成熟的課程，諸如，培養電子出版印刷技術人員，以及對電子出版的產品規劃、行銷策略、訂價策略、消費者行為、電子版權管理等商業運作模式的教育，甚至對所謂電子書的格式、閱讀器……等都有涉獵，所以對出版業界而言是一項新的里程碑，也是樹立出版業朝學術發展與培訓專業人才的第一步。所以培育全方位的出版人才是學術界與產業界應共同努力的目標，否則極度依賴人力資源的出版業，將一直陷入人才培養與找人不易的困境。

（五）、綠色環保意識

電子出版是低污染、高文化與高附加值的產業，回顧人類社會發展，為了解決心理學大師馬斯洛需求層次的生存、生活與存在的諸多現實問題，無不大肆掏盡大自然財富與資源，使周遭環境面臨空前劫難，讓地球陷入前所未有的大浩劫，所以站在「地球只有一個」的宏觀綠色環保之理念，美國生態專家凱恩格絲大聲疾呼：「美麗共生，使用地球者付費」（徐炳勳，1992），以及密爾指出：「森林與河流、有形的與無形的……這些都是人類的遺產，人類有什麼權利恣意揮霍這共同的遺產？」無非是喚起人類珍愛、疼惜與保護現存的地球資源，讓我們下一代享有健全的綠色地球，而電子化型式的版本出現，該能激起更高的環保意識，身為資訊傳播人與地球村公民理應正視綠色環保議題。

四、結論

為了使書媒體發展與電子出版接軌，以上諸多問題與觀念是業者必須關注的議題，特別是出版業與資訊業採取策略聯盟的方式，傳統書業提供豐富優質的內容，資訊業者貢獻成熟安全的技術，雙方在互信互惠的原則下建立共識，針對具爭議的授權後利潤所得分享與分配議題，達成電子化環境商業合作模式。同時呼籲政府必須適時提供政策及法令的支援，不能只強調「數位化」或「電子化」，而忽視需求面的關鍵「內容」，同時要協助建立電子化中文平臺機制和格式的標準，以及建立無形資產鑑價機構，使投入電子出版的業者有足夠資金做後盾，發展健全成熟的電子出版文化事業。倘若相關業者與政府能共同克服這些議題，紙文化與螢幕文化將被整合成為一個全新的電子出版模式。

世新大學數位出版系劉耀仁博士，為出版同業進行講座時曾言：「真的要淌電子出版這個渾水嗎？」筆者建議圖書出版業者看完下端的數據、專家預測與意見，再決定是不是要淌電子出版這個渾水，要淌的話那該何時進場呢？

（一）、臺灣方面

行政新聞局委託中華徵信所，針對圖書出版產業產值推估調查研究報告指出：「2002年、

2003 年與 2004 年圖書出版產業之總產值推估，分別為 397.5 億元、337.77 億元與 306.68 億元（如以計算到通路末端，則 2004 年產值推估總產值為 582.23 億元），從連續三年的數值來觀察，它呈現 2003 年下降 15%、2004 年下降 9.2%」。

臺灣各部門積極佈局挑戰 2008，制定六發展重點計畫，包涵「文化創意產業發展計畫」，子計畫包括「發展圖文出版產業」與「發展數位內容產業」，經濟部數位內容產業推動辦公室黃國俊主任表示，2005 年數位內容產業產值達新臺幣 2902 億元，行政院科技顧問組推估，於 2006 年臺灣數位內容產業發展將達 3700 億元臺幣的產值目標。環伺臺灣出版與數位出版產值推估，傳統圖書出版方面的年度總產值逐年下滑，2003 年總產值下降近 60 億元，下滑率達 15%，而 2004 年總產值下降近 31 億元，下滑率達 9.2%，從 02、03、04 觀察三年來出版方面的年度總產值下滑近 25%，可謂傳統圖書出版產業之經營情形每況愈下，傳統書媒體經營者，是否必須思考如何因應與解決，而朝電子出版模式邁進，是解決目前出版體質不振的一帖良藥嗎？再審視，數位內容產值推估為 3700 億元，傳統圖文出版產業與數位內容產業的產值確無法相抗衡，所以傳統書媒體經營者，是不是要朝電子出版的數位內容產業去經營，方能藉傳統書媒體的加值而將這塊餅做大？

（二）、美國方面

美國羅徹斯特理工大學（Rochester Institute of Technology，簡稱 RIT）教授、出版兼印刷專家 Frank Romano 指出：「到了 2015 年，48% 的書會以數位化的隨選列印。」（那福忠，2004）。

電子出版專家預測，2006 年手持電子書閱讀器將成為時尚；2008 年隨處能買到電子出版品；2015 年圖書館館藏的一半是電子出版品；2030 年電子出版會全面普及。也許專家的預測會顯得有些樂觀，然而它勾勒與描繪出電子出版未來前景。

美國大學教科書銷售額於 2002 年 8 月下滑 26.8%；圖書館購買大學出版社的圖書於 2002 年也減少 12%。Duke 大學出版社的 Ken Wissoker 提及：「出版新型態改變已使傳統圖書出版產生困境，例如一本教科書銷量要達 2500—3500 本的經濟規模，現銷售不到 1500 本。」（陳昭珍，2004）。

從美國傳統大學教科書購買率下滑、圖書館購買紙本出版品下降、圖書館館藏發展與資訊服務的質變與量變，以及美國學者、專家預測未來是電子出版的天下，不知身為傳統書媒體經營者你急或是不急。然而新型態的電子出版到底是傳統圖書出版的良藥或毒藥、是共生或排斥，或是焦孟關係，端視守舊派的傳統圖書業，與革命派的資訊業、電信業等這群資訊守門員，能否懷著一顆開放的心胸與廣大的視野，共同開創美麗新世界！

參考書目

- Grove, A. S. (1996)。10倍速時代——英代爾總裁葛洛夫的觀察與解讀（王平原譯）。臺北市：大塊文化。（原著出版年：1996年）http://www.brainnew.com.tw/Article/na2004/n_083004.asp。



Ikujiro Nonaka, Hirotaka Takeuchi (2000)。創新求勝：智價企業論（楊子江、王美音譯）。臺北市：遠流出版社。（原著出版年：1995）。

中華徵信所（2004）。中華民國九十二年圖書出版產業調查研究報告。臺北市：行政院新聞局。

中華徵信所（2005）。中華民國九十二年圖書出版產業調查研究報告。臺北市：行政院新聞局。

那福忠（2001）。電子書前言篇，電子書的千頭萬緒，8。

那福忠（2004）。重新定義印刷、重新定義流程。檢索日期：2006/12/29

林新倫（2004）。兩岸編輯學會研討會——如何成為全方位編輯人。出版界，72，32-37。

徐文杰（2000）。電子書發展的近況。工業材料，167，77。

徐炳勳（1992）。美麗共生——使用地球者付費。臺北市：天下文化。

陳信元（2004）。出版與文學——見證二十年海峽兩岸文化交流。臺北市：揚智文化。

陳昭珍（2004）。數位出版發展現況與趨勢研究。圖書館學與資訊科學30（2），107-115。

黃信捷（2004）。國立空中大學教科書數位化出版可行性研究。淡江大學，資訊與圖書館學系，碩士論文。

楊大廣主講、林雅玲整理（2002）。數位權利管理的市場趨勢及技術展望。智慧財產權管理季刊，35期，6-7。

葉乃靜（2001）。後現代與圖書資訊服務。臺北市：文華。

Richard, E. Rubin（1998）*Foundations of Library and Information Science*. Neal-Schuman: New York.

